

INFORMACIÓN GENERAL Y CONSEJOS PARA USAR MEDIOS SOCIALES

Al promover los eventos y actividades de su Semana Nacional de Prevención, es vital que maximice sus esfuerzos comunicándose regularmente con la audiencia meta. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y otras plataformas de medios digitales, así como el mercadeo por correo electrónico, le pueden ayudar a llegar rápidamente a una audiencia mucho más grande sin costo o con un costo mínimo. Si su grupo u organización ya tiene cuentas en los medios sociales, lo más probable es que ya los esté usando para promocionar su trabajo.

Cuando esté decidiendo cuáles plataformas digitales y redes sociales usar, hay que considerar tres elementos clave:

1. **Audiencia o público meta** — ¿Quién o quiénes son su público meta? ¿Dónde están más representados en línea y en los medios sociales? ¿Dónde obtienen su información?
2. **Objetivos y propósito** — ¿Cuál es el propósito de sus actividades en línea? ¿De qué manera los mensajes y contenido que publica en los medios sociales respalda su estrategia más amplia de mercadeo/comunicación social? ¿Qué acción usted quiere que tomen las personas al leer el contenido?
3. **Proceso y recursos** — ¿Qué recursos tiene para dedicar a su estrategia en los medios sociales y digitales? Piense en posibles redactores, diseñadores gráficos, editoriales de medios sociales y gerentes de comunidad. ¿Quién va a revisar y aprobar el contenido para publicar? ¿Cuenta con alguien que responda rápidamente a publicaciones en los medios sociales que requieran acción en un plazo definido? Revise su presupuesto de mercadeo para determinar si puede invertir dinero en publicidad en los medios sociales. ¡Con poco se puede hacer mucho! ¿Cómo evaluará el resultado de sus esfuerzos?

Estas son algunas maneras para empezar a promover sus actividades en los medios sociales:

- Invierta tiempo para desarrollar contenido promocional fuerte (por ejemplo, mensajes breves, gráficas o videos).
- Tenga un calendario de contenido editorial en medios sociales para encargarse de las cuentas activas y con participación.
- Conteste y reaccione a los comentarios como corresponda.
- Pídales a los empleados o voluntarios que tienen cuentas personales que ayuden a promocionar las actividades y eventos en sus perfiles personales.

Esta es una lista de redes sociales y canales digitales comúnmente usados, la mejor manera de usarlos, y las aplicaciones secundarias relacionadas según las tendencias y opiniones generales.

Hashtags

Usar *hashtags* (#) en cualquier red social ayuda a la audiencia meta a encontrar publicaciones relacionadas y también los conecta con una audiencia mayor que está teniendo conversaciones acerca del mismo *hashtag* o tema. Usar un *hashtag* puede hacer que más ojos vean su publicación, y, por lo tanto, más asistentes al evento.

Antes de que empiece la promoción en los medios sociales, establezca un *hashtag* específico para el evento de la Semana Nacional de Prevención. Use el nombre del evento, una frase clave, o el tema que haya escogido para el año. Luego, cada vez que publique algo sobre el evento, incluya el *hashtag* al final. También puede usar el *hashtag* de la Semana Nacional de Prevención (#NPW2020) para compartir información acerca de su evento, y eso hará que quede incluido en la conversación nacional en torno a la Semana Nacional de Prevención.

Facebook

Facebook sigue siendo uno de los medios sociales más ampliamente usados por los adultos en Estados Unidos ya que aproximadamente siete de cada 10 adultos usan esa plataforma. Los usuarios varían en edad; sin embargo, más de dos terceras partes de la población de 50 años o más usa la plataforma.¹ Si su organización ya tiene una página oficial en Facebook (*Business Page*), puede compartir la información y los eventos de la organización con sus seguidores. Facebook es ideal para noticias y anuncios, información de eventos, fotos o álbumes, conversaciones en línea entre comunidades y directamente con organizaciones, grupos de evento en línea, enlaces a artículos o blogs relevantes y videos.

Abra una página de evento (*Event Page*) en Facebook y envíe invitaciones a su red y también a sus colaboradores actuales y potenciales. Después de crear la página del evento, podrá regularmente actualizar los detalles y las personas interesadas podrán compartir el evento con otras para así correr la voz en sus propias redes. También debe compartir la página del evento directamente en la página oficial de su organización en Facebook.

La modalidad de hacer videos en vivo (*Facebook Live*) permite que sus seguidores puedan verlos y a la vez interactuar con usted. Es excelente para eventos especiales y anuncios, para ver la acción 'tras bambalinas' y para hacer actualizaciones personalizadas. Otra buena manera de aprovechar la modalidad *Facebook Live* es hacer una sesión de preguntas y respuestas en vivo y que las personas puedan hacer preguntas directamente en el muro del video. Así usted podrá entonces contestar preguntas al momento que las hagan. Los videos en vivo se pueden grabar y publicar para que otras personas los puedan ver después del evento. Para obtener más información, visite www.live.fb.com/about.

Finalmente, la modalidad *Facebook Stories* le permite publicar fotos y videos en formato de diapositivas que desaparecerá en 24 horas.

Recomendación para los Pro: use el propio sistema de Facebook para programar la publicación de contenido con anticipación. Use la modalidad *Insights* para ver el análisis de la actividad con respecto a sus publicaciones.

Recomendación para la Semana Nacional de Prevención: abra una página de evento en Facebook y envíe invitaciones a su red y también a sus colaboradores actuales y potenciales. Además, comparta el enlace en la página del evento en otras plataformas sociales y con sus colaboradores para que éstos lo publiquen en sus propios canales sociales.

Instagram

Esta es la tercera plataforma social más usada en Estados Unidos, ya que la usa un 37 por ciento de los adultos que usan Internet. Instagram es mucho más usada por los adultos más jóvenes (18 a 29 años). Las mujeres usan Instagram más que los hombres.

Instagram es una plataforma de mucha participación y está orientada más en lo visual. Aquí usted puede subir, ponerle información y agregarle etiquetas a fotos y videos cortos usando *hashtags* para ayudar a proporcionar su organización y los planes para celebrar la Semana Nacional de Prevención.

Las *Instagram Stories*, similares a las de Facebook, le permiten publicar fotos y videos en formato de diapositiva que desaparecerán en 24 horas. A todas las imágenes y videos se les pueden agregar gráficas, texto, música, GIFs, *geotags* y *hashtags* para que sean más atractivos para la audiencia. Las *Instagram Stories* tienen un tono casual. Use videos sucesivos para contar historias más largas y mostrar eventos o ideas según ocurren. Este es un lugar excelente para dar pistas acerca de la planificación de su evento y mostrar la acción 'tras bambalinas' durante la actividad.

Si quiere que el contenido en un *story* dure más de 24 horas, considere entonces hacer un *Highlight*. Los *Highlights* le permiten destacar varios *Instagram Stories* en la página de su perfil. Cuando los usuarios seleccionen un *Highlight* específico, podrán ver cada *story* dentro de la colección que contiene. Un beneficio mayor de los *Highlights* es que duran para siempre, no solo por 24 horas. Por lo tanto, si tiene información importante (por ejemplo, los teléfonos de las líneas a llamar en caso de crisis), puede tenerla fácilmente disponible en todo momento para sus seguidores. Otra buena idea es tener un *Highlight* especialmente dedicado a las actividades de la Semana Nacional de Prevención.

Recomendación para los Pro: al usar su móvil, es fácil encontrar *hashtags* populares para incluir en su publicación. Empiece escribiendo el símbolo “#” y las primeras letras del *hashtag* que le interesa, y verá un menú desplegable con todos los *hashtags* ya en existencia y el número de veces que han sido usados. En Instagram, las reglas para el uso de *hashtags* son sencillas: mientras más *hashtags* incluya, más 'Me gusta' va a obtener la publicación. La desventaja es que las publicaciones podrían parecerles *spam* a sus seguidores más fieles, y por lo tanto recomendamos que sea prudente con la cantidad de *hashtags*. La mejor práctica es usar un máximo de 10 *hashtags* en una publicación.

Recomendación para la Semana Nacional de Prevención: no olvide crear una gráfica “*save the date*” (separe la fecha) que pueda compartir tanto en las *Stories* como en su perfil. Considere crear un *Highlight* para incluir toda la información compartida en las *Stories* hasta que llegue el día del evento. De esa manera, los seguidores podrán encontrar toda la información del evento en un solo lugar.

Twitter

Un 22 por ciento de todos los adultos que usan Internet usan Twitter. Los usuarios de Internet en áreas urbanas tienen mayor probabilidad de usar Twitter que los que viven en suburbios o áreas rurales. A diferencia de Instagram y Facebook, Twitter es más usado por hombres que por mujeres.

En esta plataforma se pueden compartir actualizaciones e información que ocupen un máximo de 280 espacios. Las publicaciones en Twitter se conocen como “*tweets*.” Como cada *tweet* tiene un máximo de espacios, enfóquese en hacer un llamado a la acción y en compartir un mensaje positivo, estadísticas relacionadas, o la información más importante en relación con sus actividades y eventos durante la Semana Nacional de Prevención. Note que las fotos y videos ya no cuentan en el límite de espacio, y por lo tanto ahora puede compartir más contenido promocional. Publique información y actualizaciones frecuentes acerca del evento, y ponga un enlace a la página de Internet de su organización o grupo para que los seguidores consigan más información. Recuerde incluir el *hashtag* promocional al final de los *tweets* relacionados con el evento de la Semana Nacional de Prevención y asegúrese de incluir el *hashtag* #NPW2020.

Recuerde también seguir a los *influencers* de la comunidad y líderes locales para así incluirlos en la conversación.

Recomendación para los Pro: los mejores perfiles de Twitter no solamente comparten enlaces, sino que comienzan conversaciones, interactúan con los usuarios, y mantienen una cuenta con toque personal. Encuentre un *hashtag* relevante que haya adquirido tracción para ser parte de la conversación más grande y también conseguir más seguidores.

Recomendación para la Semana Nacional de Prevención: ponga la información relacionada con el evento de la Semana Nacional de Prevención de manera fija en la parte de arriba del perfil (*Pin*). De esta manera, esa información será lo primero que los visitantes verán al abrir su perfil.

Snapchat

Snapchat tiene la audiencia más joven de todas las plataformas sociales en la lista. Esta es una comunidad social que le da prioridad al móvil, lo usa constantemente, y promueve la participación diaria de la población de adultos más jóvenes (18 a 24 años). Snapchat es la única plataforma en la que el uso entre hombres y mujeres es igual.

Snapchat se usa idealmente para conversaciones en una sola dirección. Aunque se puede interactuar con otros usuarios, en el caso de marcas y organizaciones lo mejor es limitar la comunicación a una sola dirección. Es una excelente manera de mostrar la acción 'tras bambalinas' en su evento o reunión, y de también incorporar historias. Todos sus amigos de Snapchat podrán ver los *snap*s que usted publique en

su “story”. Las *stories* tienen una duración de 24 horas y no hay límites en la cantidad de visualizaciones posibles durante ese tiempo, ¡sin embargo, el mejor momento de publicar contenido es cuando esté ocurriendo!

La función *Snapchat Memories* ahora permite guardar *stories* en la “nube” (*cloud*) o en el teléfono y compartir fotos y videos previos si ya los tiene grabados en su teléfono.

Snapchat permite agregar texto, dibujos y filtros a las fotos y videos incluidos en los *snaps*. Diviértase y juegue con los varios filtros y velocidades que Snapchat tiene para que las publicaciones sean más atractivas para diferentes audiencias. Contrario a otros medios sociales, en esta plataforma no es tan vital usar un *hashtag* designado para el evento en las publicaciones.

Recomendación para los Pro: las mejores *Snapchat Stories* son las que nos permiten ver algo de la vida de alguien o del proceso de una organización que normalmente no es visible, y que al mismo tiempo nos cuenten algo divertido. La visibilidad se puede aumentar usando *geotags* para un evento en vivo.

Recomendación para la Semana Nacional de Prevención: descargue uno de los [Geofiltros de Snapchat pre-diseñados para la Semana Nacional de Prevención](#) y establezca una [geofence](#) (cerca virtual) en su comunidad o alrededor de la ubicación específica de su evento, dependiendo del presupuesto que tenga.

YouTube

YouTube es el segundo motor de búsqueda en Internet más grande del mundo. Casi tres cuartas partes de los adultos en Estados Unidos usan YouTube, especialmente los usuarios entre las edades de 18 a 29 años. Casi una tercera parte de los adolescentes en Estados Unidos (13 a 17 años) dicen que la plataforma que usan con más frecuencia es YouTube.

YouTube se puede usar de manera creativa para compartir información acerca de su grupo u organización, de su trabajo en la comunidad, o de los planes que tienen para celebrar la próxima Semana Nacional de Prevención. Usted puede crear un solo video o todo un canal de YouTube e incluir videos promocionales, testimonios acerca de su grupo u organización, o videos del evento (grabados durante la preparación o después de que termine). No importa si el video es de promoción, informativo o educativo, debe incluir información acerca del evento que está por suceder y alentar a otras personas a tomar acción para prevenir el abuso de sustancias y promover la salud mental.

Los videos de YouTube se pueden compartir en Facebook, Twitter e Instagram usando un enlace directo al video en YouTube.

Recomendación para los Pro: incluya etiquetas (*tags*) y enlaces relevantes en la descripción del video en YouTube para atraer audiencias que estén interesadas en aprender más. ¡No hay límite en cuanto al número de *tags* que puede incluir! Asegúrese de incluir descripciones concisas de los videos para que las personas sepan rápidamente si el contenido es o no es lo que están buscando. Las descripciones también ayudan a que el video aparezca en búsquedas dentro de YouTube y en Google. (¡Recuerde, Google es dueño de YouTube!)

Recomendación para la Semana Nacional de Prevención: no olvide incluir la Semana Nacional de Prevención de 2020, #PreventionHappensHere y SAMHSA en las etiquetas de los videos de la Semana Nacional de Prevención para que sus videos aparezcan en todas las búsquedas relacionadas con la Semana Nacional de Prevención de 2020.

Cuándo publicar contenido

En el caso de eventos, comience a publicar sus planes para la Semana Nacional de Prevención en las plataformas de medios sociales tan pronto confirme la fecha y el lugar; la manera más eficaz de hacerlo es con una gráfica '*save the date*' (separe la fecha). A medida que progrese la programación, publique más detalles para generar entusiasmo entorno al evento y abra una página de evento en Facebook (*Event Page*). En los dos meses antes del evento, publique la información semanalmente. En la última semana, publique recordatorios diarios. Considere pedirles a las organizaciones y auspiciadores del evento que publiquen recordatorios en sus perfiles también durante la última semana antes del evento.

Durante la Semana Nacional de Prevención 2020, cada día tendrá un tema de prevención designado (vea el programa más adelante). Cuando corresponda, considere usar temas que ayuden a desarrollar sus eventos y actividades además de sus publicaciones en medios sociales.

- Lunes, 11 de mayo: Prevención del uso indebido de medicamentos recetados y opioides
- Martes, 12 de mayo: Prevención de consumo de alcohol entre los menores de edad y del alcoholismo
- Miércoles, 13 de mayo: Prevención del uso de drogas ilícitas y el consumo de marihuana entre los jóvenes
- Jueves, 14 de mayo: Prevención del consumo de tabaco entre los jóvenes (cigarrillos electrónicos y vapeo)
- Viernes, 15 de mayo: Prevención del suicidio

ⁱ Datos de audiencia obtenidos del Pew Research Center. En la página de Internet del Pew Research Center hay más información demográfica de Facebook, Instagram, Twitter y otras redes sociales: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-us-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/>.